



PERSBERICHT

FİNLEY, DÉ FRISDRANK VOOR VOLWASSENEN, WERKT SAMEN MET OMAR SY

Filmacteur Omar Sy in 2015 gezicht van het merk met subtiele smaken en fijne bubbels



Na een geslaagde lancering in 2014, komt FİNLEY - de caloriearme frisdrank met fijne bubbels en natuurlijke aroma's - opnieuw met een eigenzinnige campagne. FİNLEY richt zich tot volwassenen met een verfijnd smaakprofiel. Een unieke positionering die dankzij de samenwerking met Omar Sy extra in de verf wordt gezet. Samen met de Franse acteur, bij ons vooral bekend dankzij zijn rol in Intouchables, wil FİNLEY nog meer Belgen verleiden.

OMAR SY EN FİNLEY: EEN LOGISCHE KEUZE

Omar Sy is een man met een ongelooflijk charisma, sympathieke uitstraling én iemand met ervaring. Hij is bescheiden en trouw aan zichzelf gebleven, ondanks zijn succesvolle filmcarrière. Het zijn net die eigenschappen die van hem dé ideale FİNLEY-ambassadeur maken.

Céline Van de Rijn, marketing directeur Coca-Cola België & Luxemburg bevestigt: "De belangrijkste vereiste was samenwerken met iemand die de waarden van FİNLEY uitstraalt: ervaring, gevatte humor en tijdloze klasse... Onze keuze voor Omar Sy is dus zeker geen verrassing."

Omar Sy onderwerpt willekeurige FİNLEY-drinkers aan de FİNLEY-test. De hamvraag is: hebben zij wel voldoende levenservaring om FİNLEY te mogen drinken? Ontdekt het hier:



Vanaf deze week worden de nieuwe tv-spots met Omar Sy uitgezonden. De spots werden in Frankrijk ontwikkeld door Eric Toledano en Olivier Nakache.



FINLEY, FRISDRANK VOOR VOLWASSENEN

Coca-Cola België & Luxemburg ontwikkelde na meer dan 2 jaar onderzoek de frisdrank FINLEY. Een studie bij volwassen consumenten maakte duidelijk dat zij op zoek waren naar een subtielere en verfijnde frisdrank. Zo houdt FINLEY mooi het midden tussen zoet en bitter, met natuurlijke aroma's als bloedappelsien-pompelmoes, citroen-vlierbloesem en sinaasappel-cranberry. De vruchtendrank is caloriearm (20 kcal per 100 ml), enkel gezoet met suiker en zoetstoffen van natuurlijke oorsprong (uit stevia) en bevat geen bewaarmiddelen. FINLEY past dan ook perfect binnen een gevarieerde, evenwichtige voeding - op elk moment van de dag. Eén jaar na zijn lancering is FINLEY al een schot in de roos: met één op de vijf Belgische huishoudens die het drankje gedegusteerd hebben¹ en één volwassene op twee die het kent², is FINLEY de meest succesvolle lancering sinds de introductie van Coca-Cola Zero in 2006. FINLEY won ook een Inn Award, een Golden Archer en een Superior Taste Award.

OVER FINLEY

De ontwikkeling van FINLEY, gestart in 2011, vond plaats in het R&D-centrum in Anderlecht, het tweede grootste innovatiecentrum van Coca-Cola ter wereld. Elk jaar worden hier zo'n 350 vernieuwingen voor 108 landen wereldwijd ontwikkeld. FINLEY was de derde drank met suiker en zoetstoffen uit stevia die Coca-Cola in België op de markt brengt, na Nestea in 2012, Sprite in 2013, en Coca-Cola life in 2015.

Voedingswaarde	per 100ml	per 250ml	%
Energie	80kJ 20kcal	200kJ 50kcal	(3%)
Vetten	0g	0g	(0%)
Waarvan verzadigde vetzuren	0g	0g	(0%)
Koolhydraten	4,6g	12g	(4%)
Waarvan suikers	4,6g	12g	(13%)
Eiwitten	0g	0g	(0%)
Zout	0g	0g	(0%)

VOOR MEER INFO: WWW.FINLEYFINESBULLES.BE

Of contacteer de afdeling mediarelaties van Coca-Cola België op +32 2 559 28 77 of per mail naar agerth@coca-cola.com.

FINLEY is een handelsmerk van The Coca-Cola Company.

OVER COCA-COLA

'Coca-Cola' bestaat in België en Luxemburg uit verschillende bedrijven. Coca-Cola Services, een filiaal van The Coca-Cola Company, is eigenaar van de merken, staat in voor de consumentenmarketing en verkoopt het basisconcentraat aan Coca-Cola Enterprises Belgium en Coca-Cola Enterprises Luxembourg. Deze produceren, verdelen en/of verkopen Coca-Cola, Coca-Cola life, Coca-Cola Zero, Coca-Cola light, Fanta, Sprite, Aquarius, Nalu, FINLEY, Burn, Minute Maid, Nestea, Nordic Mist, Chaudfontaine, Capri-Sun, Monster, Viva en Rosport. Per dag worden er in België en Luxemburg meer dan 10 miljoen dranken van de verschillende Coca-Cola-merken geserveerd. Coca-Cola bouwt sterke merken van de hoogste kwaliteit die passen binnen een evenwichtige levensstijl. Voor haar activiteiten heeft Coca-Cola in de Belux ongeveer 2.800 medewerkers verdeeld over 8 sites. Coca-Cola integreert duurzaamheid in haar bedrijfsactiviteiten en focust op die domeinen waar de raakvlakken van haar activiteiten op de omringende leefwereld het grootst zijn. Op milieuvlak betekent dit dat er naast energie ook aandacht wordt besteed aan efficiënt watergebruik en duurzame verpakkingen.

Voor meer info: www.cocacolabelgium.be

¹GFK Aug 2015

²B3 Aug Brand Awareness 30-59